

“ Opini Masyarakat Surabaya Terhadap Pelanggaran Program Acara *Good Morning* di SBO TV ”

SKRIPSI



Oleh :

DELLA DORINDA LISTIO

NPM. 0743010223

**YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL ” VETERAN ” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA**

2010

**OPINI MASYARAKAT SURABAYA TERHADAP PELANGGARAN PROGRAM
ACARA *GOOD MORNING* di SBO TV**

Disusun Oleh :

DELLA DORINDA LISTIO
NPM. 0743010223

**Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi Program
Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur Pada Tanggal 2 Desember 2010**

PEMBIMBING

Dra. Dyva Claretta, MSi
NPT. 3 6601 94 00251

TIM PENGUJI

1. Ketua

Dra. Sumardijati, M.Si
NIP. 196203231993092001
2. Sekretaris

Drs. Kusnarto, M.Si
NIP. 195808011984021001
3. Anggota

Dra. Dyva Claretta, MSi
NPT. 3 6601 94 00251

Mengetahui,

D E K A N

Dra.Ec.Hj.Suparwati,MSi
NIP. 1955 0718198302 2 001

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang selalu dekat dengan kita karena berkat anugerah dan kebaikanNya yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **"Opini Masyarakat Surabaya Terhadap Pelanggaran Program Acara *Good Morning* di SBO TV"**. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu kewajiban bagi mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, khususnya Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dalam rangka memenuhi tugas akademik guna melengkapi sebagian syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana.

Hasil penulisan skripsi ini bukanlah kemampuan dari penulis semata, namun terwujud karena bantuan dan bimbingan dari Ibu Dra.Dyva Claretta,MSi sebagai dosen pembimbing. Selain itu, penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini :

1. Ibu Dra. Ec. Hj. Suparwati, MSi sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
2. Bapak Juwito, S.Sos, MSi sebagai Ketua Progdi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
3. Bapak Drs. Saifuddin Zuhri, MSi sebagai Sekretaris Progdi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.

4. Bapak dan Ibu Dosen Progdil Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu pengetahuan dalam materi perkuliahan.
5. Kedua orang tua dan saudara-saudara penulis yang senantiasa memberikan doa membantu terselesainya skripsi penelitian ini.
6. Serta semua pihak yang membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari dengan segala kerendahan hati bahwa penulisan Skripsi Penelitian ini masih jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan, sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Harapan penulis semoga dengan terselesainya Skripsi Penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak

Surabaya, November 2010

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR LAMPIRAN	vi
ABSTRAKSI	vii
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II : KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1. Definisi Televisi.....	11
2.1.1. Fungsi Televisi.....	12
2.1.2. Televisi Sebagai Media Komunikasi Massa.....	14
2.1.3. Televisi Lokal.....	15
2.2 Program Siaran Televisi.....	16
2.2.1. Macam-macam Program Televisi.....	16
2.2.2 Format Acara Televisi.....	19
2.3 Definisi Opini.....	20

2.3.1 Pengertian Opini Publik.....	21
2.3.2 Unsur-unsur Opini Publik.....	23
2.3.3 Penentuan opini	23
2.3.4 Arah tujuan opini	24
2.4 Teori Jarum Hypodermik.....	24
2.5 Kerangka Berpikir.....	26

BAB III : METODE PENELITIAN.....28

3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	28
3.1.1. Opini.....	29
3.1.2. Masyarakat Surabaya.....	31
3.1.3. Program Acara <i>Good Morning</i> di SBO TV.....	32
3.2. Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	33
3.2.1. Populasi.....	33
3.2.2. Sampel Penelitian.....	33
3.2.3. Teknik Penarikan Sampel.....	35
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.4. Metode Analisa Data.....	38

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN40

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	40
4.1.1 Gambaran Umum Kota Surabaya.....	40
4.1.2 Gambaran Umum SBO TV	42
4.1.3 Program Acara <i>Good Morning</i>	44
4.2. Penyajian dan Analisis Data	44
4.2.1. Identitas Responden	45
4.2.1.1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	45

4.2.1.2. Karakteristik Berdasarkan Usia	45
4.2.1.3. Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendidikan	46
4.2.1.4. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	47
4.2.1.5. Pengetahuan Tentang SBO TV	48
4.2.1.6. Pengetahuan Tentang Acara <i>Good Morning</i>	48
4.2.2. Frekuensi dan Durasi.....	49
4.3. Opini Masyarakat Terhadap Pelanggaran Program Acara <i>Good Morning</i>	50
4.3.1. Opini Responden Tentang Jam Tayang <i>Good Morning</i>	51
4.3.2. Opini Responden Tentang Joke-joke Acara <i>Good Morning</i>	52
4.3.3. Opini Responden Tentang Bahasa yang Digunakan Presenter	54
4.3.4. Opini Responden Tentang Tema Dalam Acara <i>Good Morning</i>	56
4.3.5. Opini Responden Tentang Program <i>Good Morning</i> Lebih Banyak Berisi Olok-olokan Diantara Presenternya	57
4.3.6. Opini Responden Tentang Penampilan Presenter <i>Good Morning</i>	59
4.4. Pembahasan Opini Masyarakat Surabaya Terhadap Pelanggaran Program Acara <i>Good Morning</i> di SBO TV	60
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	62
5.1. Kesimpulan	62
5.2. Saran	62
DAFTAR PUSTAKA.....	64

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Daftar Kecamatan di Surabaya	40
Tabel 4.2. Jumlah Masyarakat Surabaya yang Berusia >17 tahun	42
Tabel 4.3. Jenis Kelamin Responden	45
Tabel 4.4. Usia Responden	46
Tabel 4.5. Pendidikan Terakhir Responden	47
Tabel 4.6. Jenis Pekerjaan Responden	48
Tabel 4.7. Frekuensi Menonton Acara <i>Good Morning</i> Dalam Satu Bulan.....	49
Tabel 4.8. Durasi Menonton Acara <i>Good Morning</i> Dalam Satu Bulan	50
Tabel 4.9. Opini Responden Tentang Jam Tayang Acara <i>Good Morning</i>	52
Tabel 4.10. Opini Responden Tentang Joke-joke Dalam Acara <i>Good Morning</i>	53
Tabel 4.11. Opini Responden Tentang Bahasa yang Digunakan Presenter.....	55
Tabel 4.12. Opini Responden Tentang Tema Dalam Acara <i>Good Morning</i>	56
Tabel 4.13. Program <i>Good Morning</i> Lebih Banyak Berisi Olok-olok Diantara Presenter...58	
Tabel 4.14. Opini Responden Tentang Penampilan Presenter <i>Good Morning</i>	59
Tabel 4.15. Opini Masyarakat Surabaya Terhadap Pelanggaran Program Acara <i>Good Morning</i> di SBO TV	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Gambar Teori Jarum Hypodermik.....	25
Gambar 2.2. Kerangka Berpikir.....	27
Gambar 3.1. Bagan <i>Multistage Cluster Random Sampling</i>	36

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner

Lampiran 2. Identitas Responden

Lampiran 3. Hasil Jawaban Kuisisioner

Lampiran 4. Hasil Perhitungan Opini

Lampiran 5. Bukti KPID Jawa Timur Menegur Acara *Good Morning*

ABSTRAKSI

DELLA DORINDA LISTIO, OPINI MASYARAKAT SURABAYA TERHADAP PELANGGARAN PROGRAM ACARA *GOOD MORNING* di SBO TV

Televisi merupakan media yang paling luas pengaruhnya. Dari sekian media yang ada, televisi paling pas memiliki sifat *ubiquity* yakni, segalanya ada di televisi. Televisi tidak hanya memberikan dampak yang positif terhadap masyarakat. Jika acara-acara yang disampaikan tidak sesuai dengan aturan-aturan penyiaran yang telah ditetapkan, maka hal tersebut akan memberikan implikasi yang negatif terhadap kehidupan masyarakat. SBO adalah stasiun televisi lokal yang ada di Jawa Timur. Sebagai TV lokal, program acara yang disiarkan SBO kurang mencerminkan adat dan budaya Jawa Timur. Salah satu program acara di SBO adalah *Good Morning*. Program acara ini memiliki indikasi kurang mendidik dan melakukan pelanggaran terhadap P3 dan SPS, hal itu ditandai dengan program acara *Good Morning* pernah mendapatkan teguran dari KPID Jatim.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Bagaimana opini masyarakat Surabaya terhadap pelanggaran program acara *Good Morning* di SBO TV. Sedangkan opini itu sendiri adalah pendapat responden, yang dapat berupa opini positif, opini netral maupun opini negatif.

Penelitian ini menggunakan Teori Jarum Hypodermik dimana unsur-unsur yang terdapat dalam teori jarum hypodermik adalah *stimulus* (pesan) dan *response* (efek). *Stimulus* yang dimaksud adalah tayangan *Good Morning*. Setelah *audience* terkena *stimulus*, yang berupa isi siaran meliputi: bahasa, tema dan penampilan presenter dalam program *Good Morning*, maka akan menghasilkan suatu *response audience* setelah menonton tayangan. Response dapat berupa *response* positif, netral, atau negatif dalam memberikan suatu opini terhadap program *Good Morning*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa responden mempunyai opini yang netral. Artinya pemirsa tidak mempermasalahkan *content* dari program acara *Good Morning*, responden beranggapan bahwa acara tersebut bersifat informasi ringan dan menghibur sehingga masih layak ditonton untuk sekedar hiburan dan menambah pengetahuan. Dalam hal ini, teori jarum hypodermik masih memungkinkan untuk mengatakan bahwa media memiliki pengaruh besar untuk menciptakan opini masyarakat sekalipun ditemukan adanya pelanggaran pada acara yang bersangkutan, namun pelanggaran tersebut masih dapat ditoleransi berhubung usia responden penelitian adalah usia yang telah mampu membedakan yang baik dan buruk.

Kata kunci : Teori Jarum Hypodermik, Opini masyarakat Surabaya terhadap pelanggaran program acara *Good Morning* di SBO TV.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Keberadaan komunikasi massa telah membawa kita pada era globalisasi, sebuah zaman yang menawarkan ruang tak terbatas, membuang sekat-sekat antar negara dan mengintegrasikannya ke dalam satu persepsi sehingga informasi-informasi dapat kita ketahui secara cepat. Ini terjadi berkat revolusi informasi yang memasuki pelosok dunia lewat saluran media massa diantaranya adalah televisi dan internet. Melalui bantuan teknologi mutakhir ini pula kita dapat mengakses berbagai berita mulai dari kebijakan pemerintah, kenaikan harga di pasar, perseteruan antar pemilik saham, gosip selebritas, pemerkosaan, seks bebas dan kriminalitas.

Komunikasi massa itu sendiri adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah orang (*Mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*). Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa (Ardianto,2004:3)

Media massa merupakan saluran atau media yang digunakan untuk mengadakan komunikasi dengan massa. Yang termasuk media disini adalah

televisi, surat kabar, majalah, radio dan film. Media massa dapat digolongkan sebagai media elektronik dan media cetak keseluruhannya sering juga disebut pers.

Ada tiga fungsi utama media massa dalam masyarakat, yaitu : (1) pengawas lingkungan (*surveillance of environment*), (2) korelasi antar bagian-bagian dalam masyarakat dalam memberikan reaksi terhadap lingkungan (*correlation of the parts of society in responding to the environment*), (3) transmisi warisan sosial budaya, yang dilakukan secara berkesinambungan yang berhubungan dengan penyampaian informasi dari generasi ke generasi berikutnya (*transmission of the social heritage of generation to the next*).

Pada dasarnya media massa merupakan sesuatu yang dapat digunakan oleh segala bentuk komunikasi, baik komunikasi personal, komunikasi kelompok dan komunikasi massa. Pada saat ini media masa telah menjadi suatu kebutuhan hampir pada seluruh masyarakat berbagai lapisan baik pada lapisan atas, tengah, dan bawah. Kebutuhan tersebut bertambah seiring dengan perkembangan informasi yang sedang berkembang pada saat ini.

Hal ini didukung pula oleh lahirnya kebebasan berpendapat yang diatur melalui Undang-Undang Penyiaran No. 32 tahun 2002 dan Undang-Undang Pers No. 40 tahun 1999 serta dibungkus dengan himpunan etika profesi wartawan (kode etik jurnalistik) bagi para pencari berita. Sehingga tidak heran kalau dewasa ini, media massa cetak maupun elektronik berlomba untuk menayangkan variatif program untuk mendongkrak posisi rating mereka serta mendapatkan keuntungan

sebesar-besarnya untuk menghidupi lembaga penyiaran yang bersangkutan melalui iklan.

Dilain pihak dengan adanya rating maka pihak periklanan akan berupaya mendapatkan porsi beriklan pada acara yang memiliki rating yang tinggi. Maka melihat kecenderungan ini, televisi berupaya membuat acara yang lain atau menarik minat untuk ditonton oleh pemirsanya sehingga seringkali suatu program siaran diproduksi tanpa memperhitungkan kualitas siaran dan seringkali melanggar P3 dan SPS (Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran).

Pemberitaan di media massa khususnya televisi, merupakan salah satu sarana untuk menyampaikan berita (informasi) yang paling diminati masyarakat pada umumnya. Penyampaian informasi yang disampaikan kepada penerima pesan (penonton) dengan cara yang lebih menarik yaitu dengan adanya tampilan audio visual sehingga terasa lebih hidup dan dapat menjangkau ruang lingkup yang sangat luas, sehingga hal ini merupakan salah satu nilai positif yang dimiliki media massa televisi.

Televisi merupakan media yang paling luas pengaruhnya. Dari sekian media yang ada seperti surat kabar, radio, internet dan lain-lain, televisi paling pas memiliki sifat media, yang dalam ilmu komunikasi disebut dengan *ubiquity*, yakni, segalanya ada di televisi. Tampilan-tampilan yang ada di televisi hanyalah potongan-potongan kecil kehidupan masyarakat, kulit luar dari realitas. Tawaran-

tawarannya sangat menggugah, menyuguhkan kenikmatan, hidup senang dan hal-hal yang berbau surgawi lainnya. Padahal, kenyataan itu tidak sepenuhnya benar.

Akan tetapi, televisi tidak hanya memberikan dampak yang positif terhadap masyarakat (penonton). Jika acara-acara yang disampaikan oleh media massa televisi tidak sesuai dengan aturan-aturan penyiaran yang telah ditetapkan dan dikemas dengan baik, maka hal tersebut akan memberikan implikasi yang negatif terhadap kehidupan masyarakat. Dengan bertambah banyaknya stasiun televisi, pihak-pihak pengusaha televisi menganggap tentunya hal ini akan memunculkan persaingan dan situasi yang kompetitif antar media elektronik untuk dapat merebut perhatian pemirsa dengan cara menyuguhkan acara-acara yang diperhitungkan akan disenangi oleh pemirsa. Dalam konteks pertelevisian (swasta) kita akan melihat adanya kelompok kepentingan. Yakni, perusahaan pengelola pertelevisian dan kelompok yang ingin menjual produknya lewat perusahaan televisi.

Untuk dapat menarik perhatian khalayak, paket acara yang ditawarkan dikemas semenarik mungkin. Berbagai paket acara yang disajikan diproduksi dengan memperhatikan unsur informasi, pendidikan serta hiburan. Namun, ketatnya persaingan justru menggeser paradigma pihak pengelola stasiun untuk menyajikan program acara yang hanya mementingkan rating. Program acara-acara yang sering muncul di layar kaca justru kurang memperhatikan unsur informasi, pendidikan, sosial budaya bahkan etika dan norma masyarakat.

Di sinilah letak keistimewaan televisi. Ia mempunyai kemampuan yang luar biasa untuk memperlihatkan, mendramatisasi dan mempopulerkan potongan-potongan kecil serta fragmen kultural dari informasi. Dan itu secara rutin dilakukan televisi ketika menyampaikan berita, hiburan dan iklan. Oleh karena agenda televisi ada di tangan kelompok kepentingan dan lembaga-lembaga politik, ekonomi serta budaya masyarakat tertentu, maka informasi yang disajikan sering kali dan tentu saja mewakili kepentingan-kepentingan kelompok tertentu. Selanjutnya, ideologi dominan kapitalisme menjungkir balikan sikap dan persepsi masyarakat. Masyarakat sebagai konsumen tetap televisi senantiasa bersikap dan bergaya dengan bersandar pada citra yang dibangun dari televisi.

Besarnya potensi media televisi terhadap perubahan masyarakat menimbulkan pro dan kontra. Pandangan pro melihat televisi merupakan wahana pendidikan dan sosialisasi nilai-nilai positif masyarakat. Sebaliknya pandangan kontra melihat televisi sebagai ancaman yang dapat merusak moral dan perilaku destruktif lainnya. Secara umum pandangan tersebut dapat digolongkan dalam tiga katagori, yaitu pertama, tayangan televisi dapat mengancam tatanan nilai masyarakat yang telah ada, kedua televisi dapat menguatkan tatanan nilai yang telah ada, dan ketiga televisi dapat membentuk tatanan nilai baru masyarakat termasuk lingkungan anak.

Tidak jarang, televisi melalui acara-acara dan iklan komersial yang ditayangkan cenderung memaksa penonton mengikuti patron penciptaan budaya

terkini, khususnya dalam soal gaya hidup dan seksualitas. Televisi menjadi media dominan, bukan saja bagi individu untuk memperoleh gambaran dan citra realitas sosial, tetapi juga bagi masyarakat dan kelompok secara kolektif. Media menyuguhkan nilai-nilai dan penilaian normatif yang dibaurkan dengan berita dan hiburan.

SBO adalah salah satu stasiun televisi lokal yang ada di daerah Jawa Timur khususnya di daerah Surabaya dan sekitarnya. Sebagai TV lokal, acara-acara yang disiarkan SBO kurang mencerminkan adat dan budaya Jawa Timur. Banyak acara SBO yang dikonsep bergaya metropolis, isi dari acara itu tidak mencerminkan SBO sebagai TV lokal Jawa Timur khususnya kota Surabaya. Padahal disebutkan dalam P3 dan SPS BAB V Pasal 8 ayat (2) tentang Penghormatan Terhadap Norma Kesopanan dan Kesusilaan, bahwa: “Lembaga penyiaran wajib menghormati norma kesopanan dan kesusilaan yang berlaku dalam masyarakat”.

Dampak dari siaran televisi SBO yang sarat dengan gaya metropolis, pada akhirnya dimungkinkan berakibat pada tingkah laku khalayak pemirsa SBO yang akan meniru kesalahan-kesalahan/pelanggaran-pelanggaran yang dilakukan oleh media ini. Tetapi di lain pihak, masyarakat Surabaya tidak seluruhnya berstatus sosial yang sama, tetapi heterogen baik pendidikan, pendapatan dan kelas sosial.

Pemicu terjadinya pelanggaran seringkali justru dari pelaku media itu sendiri, antara lain: presenter, juru kamera, bahkan produser yang kurang memahami adanya aturan atau UU P3 dan SPS yang berlaku bagi lembaga penyiaran

Salah satu program acara di SBO adalah *Good Morning*, acara tersebut sebenarnya bersinergi dengan acara *Good Morning* yang disiarkan melalui Hard Rock FM, yang kemudian ditayangkan selama satu jam secara *live* dari hari Senin sampai dengan hari Jumat oleh SBO TV. Tema-tema yang diangkat oleh acara *Good Morning* tiap hari berbeda-beda.

Acara *Good Morning* seringkali menampilkan joke-joke yang kasar, presenternya sering menggunakan kata-kata “kotor” atau tabu untukucapkan. Contoh: “Saknoe kere kok gak mari-mari”. Hal ini jelas melanggar:

1. P3 dan SPS BAB V Pasal 8 tentang Penghormatan Terhadap Norma Kesopanan dan Kesusilaan, yang berbunyi: “Lembaga penyiaran harus berhati-hati agar tidak merugikan dan menimbulkan efek negatif terhadap keberagaman khalayak baik dalam agama, suku, budaya, usia, gender dan/atau latar belakang ekonomi.
2. BAB XVI Pasal 44 tentang Bahasa, Bendera, Lambang Negara dan Lagu Kebangsaan, yang berbunyi: Program siaran harus menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar baik tertulis atau lisan, kecuali bagi program siaran atau berita yang disajikan dalam bahasa daerah atau asing.

3. P3 dan SPS Bagian Ketiga tentang Kata-kata Kasar dan Makian, yang berbunyi: “Program siaran dilarang menggunakan kata-kata kasar dan makian baik diungkapkan secara verbal maupun non-verbal yang mempunyai kecenderungan menghina/merendahkan martabat manusia, memiliki makna jorok/mesum/cabul/vulgar, serta menghina agama dan Tuhan.

Selain itu, tema-tema yang diangkat dalam acara *Good Morning* terlalu masuk ke dalam privacy seorang individu (pelanggaran P3 dan SPS BAB VI Pasal 9 tentang Penghormatan Terhadap Hak Privasi dan Pribadi, yang berbunyi: “Lembaga Penyiaran Wajib memperhatikan dan menghormati hak privasi dan pribadi dari narasumber, dan juga melanggar BAB VII Pasal 11 tentang Penghormatan Hak Privasi dan Pribadi, yang berbunyi: “Program siaran langsung atau rekaman wajib menghormati privasi sebagai hak atas kehidupan pribadi dan ruang pribadi dari subyek dan obyek berita”), cara berpenampilan presenter dalam acara ini juga acak-acakan tidak sesuai dengan P3 dan SPS BAB V Pasal 9 ayat (2) tentang Penghormatan Terhadap Norma Kesopanan dan Kesusilaan, yang berbunyi: “Program siaran wajib berhati-hati agar tidak merugikan dan menimbulkan efek negatif terhadap norma kesopanan dan kesusilaan yang dianut oleh keberagaman masyarakat”.

Hal ini bisa memberikan dampak buruk pada khalayak masyarakat penonton program acara *Good Morning*. Dengan frekuensi melihat isi siaran yang terus-menerus dalam jangka waktu yang lama maka bukan tidak mungkin akan terjadi perubahan sikap dan perilaku serta gaya hidup para penonton acara *Good*

Morning. Padahal dalam Peraturan KPI tentang Standar Program Siaran, menimbang: bahwa Negara Kesatuan Republik Indonesia harus melindungi hak warga negara untuk mendapatkan informasi yang tepat, akurat, bertanggung jawab dan hiburan yang sehat.

Acara *Good Morning* pernah mendapat teguran dari KPID (Komisi Penyiaran Indonesia Daerah) Jawa Timur pada tanggal 23 Juli 2010. Untuk itu KPID mengharapkan adanya perbaikan tayangan siaran program acara *Good Morning*. (lampiran 5).

Program acara *Good Morning* ini menimbulkan pro dan kontra dalam masyarakat. Sebagian masyarakat beranggapan bahwa program acara *Good Morning* tidak layak untuk disiarkan karena berisi gurauan-gurauan yang kurang pantas. Sebagian masyarakat lagi berpendapat bahwa acara *Good Morning* adalah acara yang menarik untuk ditonton karena bersifat menghibur.

Dari uraian latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas maka judul penelitian ini adalah: **“Opini Masyarakat Surabaya Terhadap Pelanggaran Program Acara *Good Morning* di SBO TV”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas maka yang menjadi permasalahan dari penelitian ini adalah : Bagaimana opini masyarakat Surabaya terhadap pelanggaran program acara *Good Morning* di SBO TV.

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui opini masyarakat Surabaya terhadap pelanggaran program acara *Good Morning* di SBO TV.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Teoritis

Untuk menambah kajian di bidang ilmu komunikasi terutama pengaruh media massa pada masyarakat.

2. Bagi Praktisi

Sebagai referensi dan bahan evaluasi bagi televisi SBO tentang program acara *Good Morning*.